

Le marché agroalimentaire taiwanais

Le marché agroalimentaire taiwanais présente un bon potentiel pour les exportateurs français. En 2013, Taiwan a importé pour environ 15 Mds USD de produits agroalimentaires, les Etats-Unis étant le 1^{er} fournisseur (3,4 Mds USD). La part de marché de la France (2,6%, soit 388 MUSD en 2013) ne la place qu'au 12^{ème} rang des fournisseurs agroalimentaires de Taiwan. Les exportateurs français sont bien placés dans les vins et spiritueux et les produits transformés, mais sont moins présents sur les viandes et les végétaux.

1) Situation du marché

Avec une population de 23 millions d'habitants, le marché taiwanais est intéressant pour les entreprises françaises, notamment dans le domaine des produits agro-alimentaires, qui jouissent à Taiwan d'une très forte image. Les Taiwanais aiment consommer des produits étrangers, et particulièrement français lorsqu'il s'agit d'alimentation.

1.1) Le marché agroalimentaire taiwanais présente un bon potentiel pour les exportateurs français

Déficitaire sur le plan alimentaire (sauf pour les produits de la mer), Taiwan a importé en 2013 pour environ 15 Mds USD de produits agroalimentaires, dont du soja (8,6%), du maïs (8,0%), des vins et spiritueux (6,1%), du tabac (3,5%), du blé (3,3%), de la viande de bœuf (3,3%).

En 2013, les Etats-Unis sont le 1^{er} fournisseur agroalimentaire de l'île avec 22,7% de part de marché (soit 3,4 Mds USD d'importations), suivi par le Brésil (9,4%), le Japon (6,2%), la Chine (6,1%) et l'Australie (5,5%). Ces 5 pays exportateurs sont à l'origine de presque 50% des importations taiwanaises, soit 7,4 Mds USD.

La part de marché de la France s'élève à 2,6% (388 MUSD en 2013, dont près de 50% de vins et spiritueux), ce qui la place au 12^{ème} rang des fournisseurs agroalimentaires de Taiwan, derrière, outre les cinq premiers, la Thaïlande (5,1%), la Malaisie (4,9%), la Nouvelle-Zélande (4,3%), l'Indonésie (3%), l'Argentine (2,9%), et le Vietnam (2,8%).

Selon les statistiques des Douanes, les exportations françaises vers Taïwan de produits de l'agriculture et des industries agroalimentaires (AAA) atteignent 222 M€ et portent principalement en 2013 sur les vins et spiritueux (42%, soit 93,3 M€), les produits laitiers et fromages (10%, soit 23 M€), les aliments homogénéisés et diététiques, notamment les poudres de lait infantiles (8%, soit 18,1 M€), les aliments pour animaux de compagnie (6%, soit 14,2 M€), les glaces et sorbets (4%, soit 8,3 M€), les kiwis et autres fruits (3%, soit 6,6 M€) et le chocolat (2,6%, soit 5,6 M€). Par rapport à l'année 2012, la demande taiwanaise sur les produits AAA français a augmenté (+7,3%) : +4% pour les vins et spiritueux, +18% pour les produits laitiers, +28% pour les produits diététiques, +16% pour les aliments pour animaux, +7% pour les glaces, etc. L'exportation de kiwis français a crû de plus de 60%.

1.2) Vins et spiritueux

Le montant total des importations taiwanaises de vin en 2013 s'établit à plus de 146 MUSD, soit une croissance annuelle de 12,3% en valeur. La France est le 1^{er} pays fournisseur de Taïwan avec 59% de part de marché, suivie par les Etats-Unis (7,5%), l'Italie (7,0%), l'Australie (6,7%) et le Chili (6,6%). Taïwan, 5^{ème} client de la France en Asie pour le vin, représente un marché mûr.

Le marché taiwanais des importations de spiritueux est évalué en 2013 à 470 MUSD. Il est dominé par le Royaume-Uni avec 69,9% de part de marché, grâce au Whisky (306 MUSD importés en 2013). La France se place au 2^{ème} rang des fournisseurs de spiritueux (115 MUSD en 2013, +4% de croissance). Le Cognac, l'Armagnac et les autres spiritueux à base de raisins sont les alcools forts les plus importés à Taiwan après les Whiskies.

1.3) Produits laitiers et fromages

Les importations taiwanaises de produits laitiers ont atteint 640 MUSD en 2013 (en croissance de 17%). Les importations de fromage représentent 121 MUSD en 2013, dont 3,1% de produits français (soit 3,7 MUSD) ce qui place la France au 6^{ème} rang des fournisseurs, derrière les États-Unis (30,3%), la Nouvelle-Zélande (26,7%), l'Australie (13,1%), l'Argentine (10,9%) et l'Italie (3,6%).

1.4) Fruits

En 2013, Taïwan a importé pour 828 MUSD de fruits (5,6% des importations totales de produits de l'agriculture et de l'agro-alimentaire). Les 3 premiers produits importés sont les pommes (24%), les cerises (8%) et les kiwis (7%). Les États-Unis dominent le marché (41% de part de marché) avec principalement trois produits : pommes, raisins et cerises. Le Chili (13%) et la Nouvelle-Zélande (8%) occupent les 2^{ème} et 3^{ème} places. La France ne se place qu'au 13^{ème} rang des fournisseurs avec une part de marché de 1,2%, soit 9,6 MUSD en valeur.

1.5) Viandes

Les importations taiwanaises de viande s'élèvent en 2013 à 918 MUSD (6,2% des importations totales, dont 67% de bœuf (614 MUSD), 17% de volaille (157 MUSD) et 7% de porc (63 MUSD). Les États-Unis ont fourni au marché taiwanais 267 MUSD de viande de bœuf (43% de part de marché), suivis par l'Australie (34%) et la Nouvelle-Zélande (18%). Pour la viande de volaille, les États-Unis, toujours en tête des fournisseurs, ont réalisé 127 MUSD d'exportation vers l'île, soit 81% de part de marché, loin devant le Canada (18%). Par ailleurs, parmi les pays exportateurs européens, les Pays-Bas se placent au 3^{ème} rang des fournisseurs de viande de volaille avec un montant d'exportations de 410 000 USD. Concernant la viande de porc, le Canada domine ce marché avec 58% de part de marché, soit 36 MUSD en valeur, suivi par les États-Unis (31%) et les Pays-Bas (6%). D'après les statistiques du Conseil taiwanais de l'Agriculture, 95% de la consommation taiwanaise de viande de porc est fournie par la production locale (910 mt en 2012).

2) Actions d'appui aux exportateurs

Pour 2014, trois événements spécifiques au secteur agroalimentaire sont programmés par Ubifrance Taiwan:

- Du 19 au 23 mai 2014 – « Rencontre d'acheteurs vins : L'offre française au Japon et Taïwan » ;
- Du 18 au 27 septembre 2014 – « Rencontres acheteurs dans le secteur des produits gourmets : SAVEURS DE FRANCE Asie et Australie 2014 » ;
- Du 19 au 23 octobre 2014 – « Vendre à un grand compte – Salon SIAL - Invitation d'un groupe coréen, japonais et taiwanais ».

Parmi les opérateurs français sur ce secteur, SOPEXA Taiwan réalise chaque année plusieurs événements portant notamment sur la promotion des vins et spiritueux, des fruits et des produits laitiers.